

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA
MOTOR MATIC DI PURWODADI
(Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Produk Yamaha Motor Matic di
Purwodadi)**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**HASAN MA'RUF
B100100263**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA MOTOR
MATIC DI PURWODADI.

Yang disusun oleh :

Hasan Ma'ruf

B100100263

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi
syarat untuk diterima



Surakarta, juli 2015

Pembimbing Utama


(Drs. Wiyadi, MM, Phd)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A.Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.:(0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan tangan dibawah ini :

Nama : Hasan Ma'ruf
Nirm :
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
HARGA, CITRA MEREK DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YAMAHA MOTOR MATIC DI PURWODADI**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas dan gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2015

Yang membuat pernyataan

Hasan Ma'ruf

MOTTO

“Atau siapakah yang memperkenankan (doa) orang yang dalam kesulitan apabila ia berdoa kepada-Nya, dan yang menghilangkan kesusahan dan yang menjadikan kamu (manusia) sebagai khalifah di bumi. Apakah disamping Allah ada tuhan (yang lain)? Amat sedikitlah kamu mengingati(Nya)”.

(Qs. An Naml : 27)

A person who never made a mistake never tried anything new

(Albert Enstien)

Mau sesulit apapun, mau seberat apapun, hidupku tetap di pundaku sendiri. Tak ada gunanya mengeluh, percuma menyalahkan orang.

Hidupku adalah tanggung jawabku. Angkat dan jalan terus.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- Bapak dan ibu tercinta yang selama ini telah memberikan kasih sayang tulus serta pengorbanan dalam mendidik dan memotivasi.
- Kakak kandungku dan mbak iparku yang selalu memberikan dukungan penuh.
- Bapak/ibu dosen yang telah membimbingku selama perkuliahan.
- Rekan-rekanku Manajemen angkatan 2010.
- Sahabat-sahabatku sekalian
- Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahnya kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA MOTOR MATIC DI PURWODADI”**. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdaiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus S, SE., M.Si., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdaiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Wiyadi Ph.d., selaku pembimbing akademik, sekaligus pembimbing skripsi ini, dengan sabar membimbing dan memberi arahan selama menempuh studi.

4. Bapak dan Ibu dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdaiyah Surakarta yang telah memberikan hasil ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Bapak dan Ibu serta kakak dan mbak iparku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil.
6. Sahabat-sahabat ku yang ada di kost Sukowati (Bintar Pono, langgeng Bawon, Ammar, Novita Gambleh, Winda, Adi Pandek, Wisnu, Ical, Jagur, Gallang, Agung, Brodol, Dicky, Ryan, Ikhsan, Dwi, Sigit, Fian, Chaisar, Devi, uty). Terimakasih yang selama ini mendukung dan memotivasi dalam menimba ilmu di solo.
7. *My Girlfriend* Riska Prasetyarini terima kasih atas cinta, kasih sayang, dukungan, motivasi serta membantu memberikan pengaruh dalam penulisan ini.
8. Teman-teman kelas i angkatan 2010 (Ading, Amin, Jack, Heri, Anggi, Supangat, Hambar, Bintar, Langgeng, Dede, Muyasaroh, Billy dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu).
9. Para responden yang menjadi target pengisian kuesioner dalam penelitian ini.
10. Pak min dan bu Yani, Terimakasih atas kesediaannya untuk bersedia di buat repot oleh penulis selama menempuh studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan Skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2015

Penulis

Hasan Ma'ruf

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN ERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	7
B. Keputusan Pembelian	8
C. Kualitas Produk	12
D. Harga	14

E. Citra Merek	15
F. Iklan	18
G. Hubungan Antara Variabel	20
H. Penelitian Terdahulu	24
I. Kerangka Pemikiran	27
J. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Sumber Data	29
B. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling	29
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Definisi Operasional Variabel Dan Indikator-Indikatornya	32
E. Metode Analisis	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	42
B. Analisis Data	44
C. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan Penelitian	64
C. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	34
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_3)	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Iklan (X_4)	46
Tabel 4.8 Hasil uji validitas keputusan pembelian	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastitas	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Linear Berganda	50
Tabel 4.14 Hasil Uji F	52
Tabel 4.15 Hasil Uji T	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Uji Validitas
3. Uji Reliabilitas
4. Uji Normalits
5. Uji Regresi
6. Tabel R
7. Tbel T
8. Tebl F

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan iklan terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Purwodadi yang menggunakan produk Yamaha Motor Matic sebanyak 100 responden. Dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel citra merek (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel iklan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara bersama-sama variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), citra merek (X_3) dan iklan (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga model yang digunakan adalah tepat dan hasil analisis koefisien determinasi diketahui penelitian tepat (fit) dan variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), citra merek (X_3) dan iklan (X_4) sebesar 52,6% sebab nilai R square (R^2) yang diperoleh sebesar 0,526. Sedangkan sisanya sebesar 47,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Iklan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price, brand image and advertising on purchasing decisions, The sample in this study is that people who use the product Purwodadi Yamaha Motor Matic 100 respondents, With convenience sampling technique sampling, Data analysis method used is multiple regression and hypothesis testing.

Based on the results of the quality of the product (X1) has a significant influence on purchase decisions (Y). Variable price (X2) have a significant influence on purchase decisions (Y). Brand image variable (X3) have significant influence on purchase decisions (Y). Variable advertisements (X4) has a significant influence on purchasing decisions, while simultaneously the variable quality of the product (X1), price (X2), brand image (X3) and advertising (X4) on purchase decisions (Y), so that the model use is appropriate and determination coefficient analysis results of research known right (fit) and a variation of the variable changes in the purchasing decision can be explained by the variable quality of the product (X1), price (X2), brand image (X3) and advertising (X4) by 52.6% because the value of R square (R^2) obtained at 0.526. While the rest of 47.4% is explained by other variables outside the model.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Advertising and Purchase Decision